

2021년 11월 3일(수) 소비자권익포럼

# 지속가능소비문화확산을 위한 ESG 소비자평가 활용방안 모색

조윤미      미래소비자행동 상임대표  
(사)소비자권익포럼 공동대표  
consumer@can.or.kr

**소비자 선택은 ESG 좋은기업**

# ESG 경영과 소비자 행동

- ❖ ESG는 2000년도 영국에서 최초로 도입된 이후 스웨덴, 독일, 캐나다 등 여러 나라에서 ESG 정보를 의무적으로 공시해야하는 제도가 도입되면서 본격화 되었음.
- ❖ 최근 코로나19로 인한 판데믹 상황의 확산으로 세계 경제 성장이 주춤하는 등 큰 위기가 닥치면서 소비자와 투자자들은 위기를 극복하고 사회에 이익을 줄 수 있는, ESG 경영 활동에 힘을 쏟는 착한 기업에 관심이 집중되고 있음
- ❖ ESG 경영은 새로운 개념이 아니라 유엔환경개발회의, UNCED (1992)에서 아젠다21채택 이후 전세계적으로 추진해온 지속가능성장의 경영전략 일환으로 지속가능한 성장이 이루어지기 위해서는 “지속가능한 소비 및 생산 활동을 촉진” 되어야 함

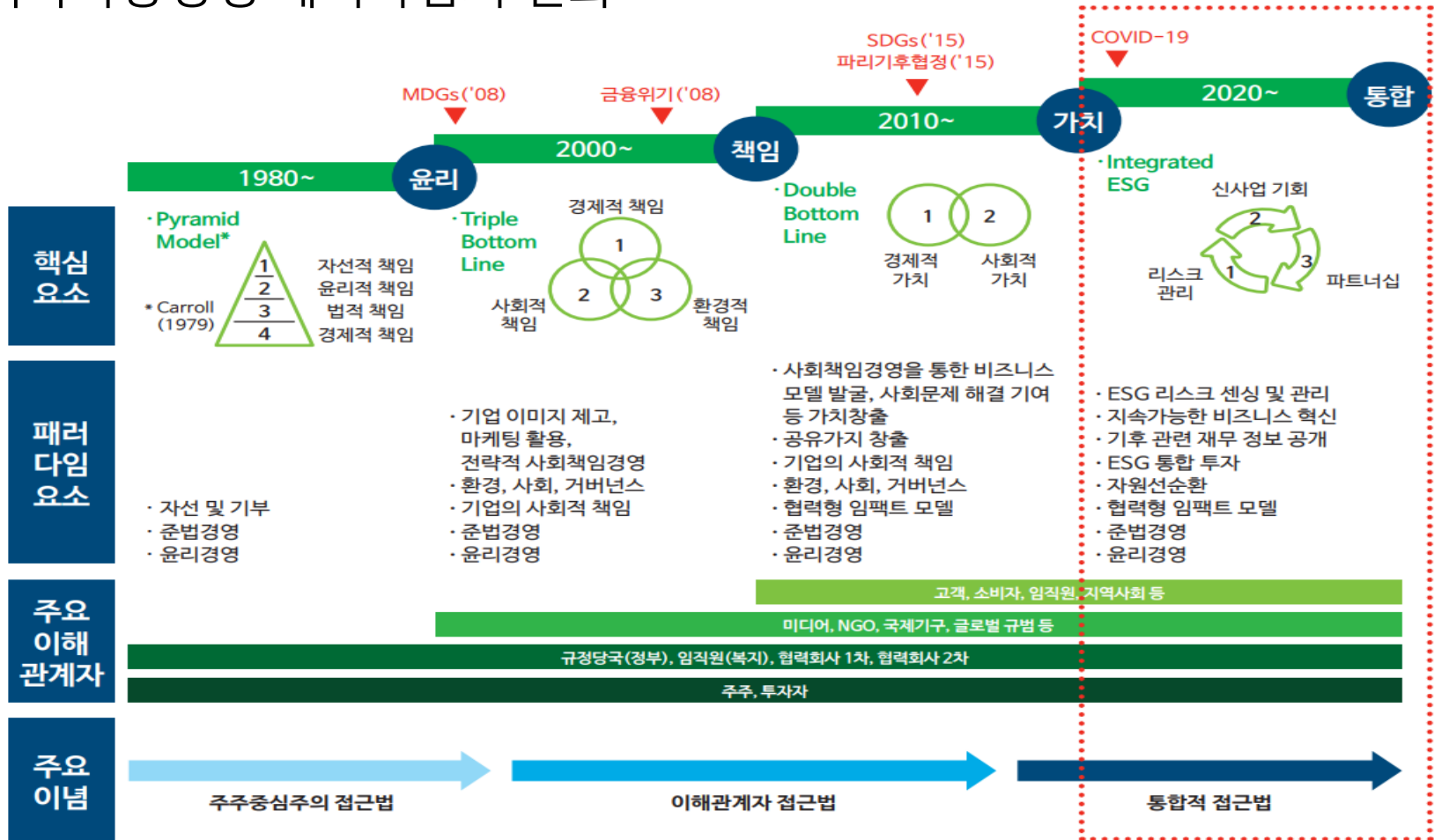
# ESG 경영과 소비자 행동

- ❖ 지속가능발전목표 중 12챕터\_생산소비
- ❖ UN지속가능발전목표 고위급회의 (2021.9.20) 문재인 대통령 연설
  - 백신에 대한 공평한 접근과 분배
  - 국경을 넘는 협력으로 기후위기대응
  - 포용적인 디지털전환과 그린전환



# ESG 경영과 소비자 행동

## 지속가능경영 패러다임의 변화



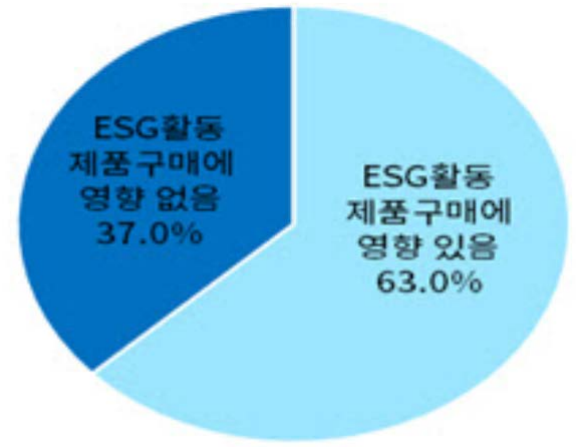
출처 이준희, 한국기업들의 ESG 경영을 위한 변화 I, 딜로이트안진회계버인

# ESG 경영과 소비자 행동

- ❖ 지속가능경영, 지속가능소비행동 등 ESG 경영의 기반이 되는 정책이 시행되어 왔으나 기업 경영의 근본적인 패러다임 전환에는 이르지 못함 (기업의 지속가능보고서 발간, 지속가능생산 패러다임 전환 등)
- ❖ ESG경영이 기업의 생산기반에 대한 근본적인 패러다임 전환으로 이어지기 위해서는 시장에서의 소비자들의 적극적인 행동이 이루어져야 함.
- ❖ 사회적 가치를 중시는 MZ세대의 소비 트렌드 영향 - 가치 소비 트렌드는 일시적인 현상이 아니라 장기적으로 지속될 전망
  - 가치소비성향이 지속가능한 소비문화로 나타나기 위해서는 MZ세대에 대한 적극적인 프로그램 개발, 정보공유, 참여문화 확산 등의 노력이 필요함

# ESG 경영과 소비자 행동

- ❖ 대한상공회의소가 최근 국민 300명을 대상으로 실시한 'ESG경영과 기업의 역할에 대한 국민인식'을 조사한 결과, 응답자의 63%가 기업의 ESG활동이 제품구매에 영향을 미친다고 응답
- ❖ 'ESG에 부정적인 기업의 제품을 의도적으로 구매하지 않은 경험이 있는지'를 묻는 질문에 70.3%가 경험이 있다고 응답
- ❖ 88.3%의 비율로 '친환경, 사회공헌, 근로자 우대 등 ESG 우수기업 제품을 경쟁사 동일제품 대비 추가 가격을 더 지불할 의사가 있다'고 밝힘
- ❖ ESG경영의 유무가 투자자들의 선택에 영향을 미치는 것에서 더 나아가 소비자들의 행동까지 영향을 미치는 것으로 나타남



(자료=대한상공회의소)

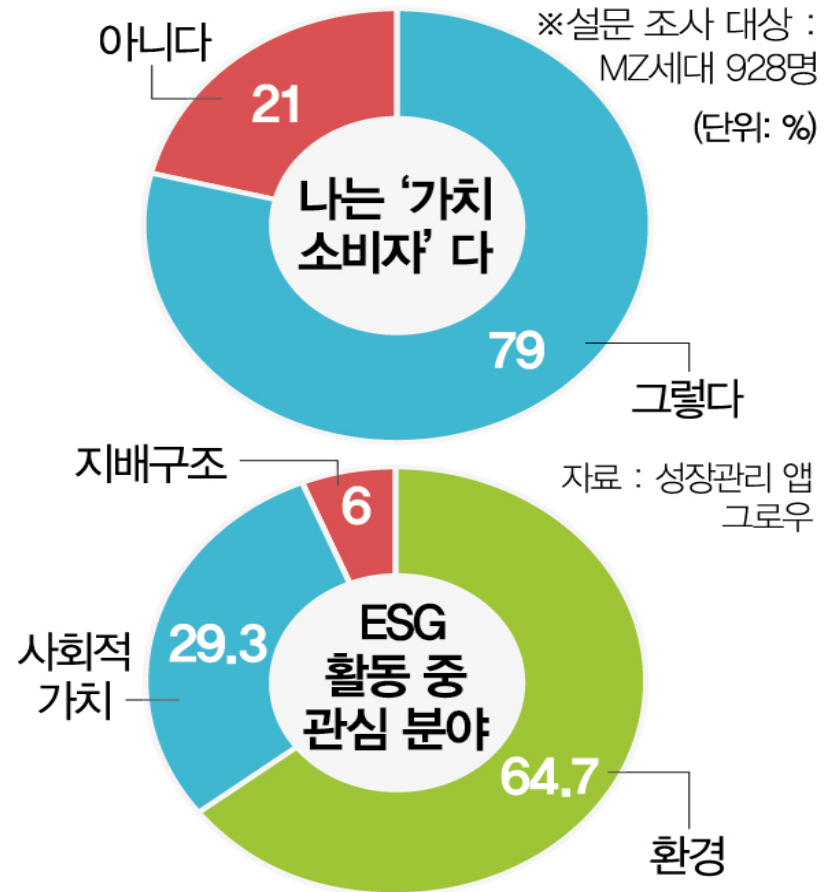
# 소비자 ESG 평가지표 (예시)

❖ MZ세대 소비트렌드는 가치소비 - 가치소비가 지속가능소비만을 지칭하는것은 아님



대학내일20대연구소, 전국20대남녀 399명, 2015.3

## MZ세대, 가치소비 관련 설문조사



성장관리 앱 그로우, MZ세대 928명, 2021, 2

# ESG 좋은기업 소비자평가 방안

# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

- ❖ ESG경영 평가지표가 기업평가기관 및 정부 등에서 다양하게 추진되고 있음
- ❖ ESG경영의 추동력의 중심이 될 소비자의 ESG경영에 대한 인식 수준이 매우 낮고 소비자참여방식이 불명확함
  - 소비자의 지속가능소비행동 실천을 통한 참여
  - 기업의 ESG경영 실천정도를 평가함으로써 ESG좋은 기업제품을 우선구매하도록 정보제공
  - ESG관점에서 제품생산 과정 전반을 변화해 나가는 기업의 노력 평가를 통한 인식
  - 제품 뿐 아니라 기업 자체에 대한 평가와 인식
- ❖ 주요 산업별 핵심 ESG 이슈에 대한 소비자 인식제고 - 평가를 통한 이해관계자로서의 참여방안

# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

- ❖ (사)소비자권익포럼, IPS·코리아리서치인터내셔널과 소비자 중심 'ESG' 확산·연구를 위한 업무협약 체결 (2021.4.22)
  - 보유한 자원을 활용해 ▲소비자 중심 ESG정보 확산 및 연구회 운영 ▲소비자 선정 ESG대상의 지표 개발 ▲'소비자중심 ESG좋은기업 만들기 운동' 확산 등을 위해 협력
- ❖ 소비자ESG연구회 구성



# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

❖ 지속가능보고서 및 공적서 심사

❖ 온라인 커뮤니티를 활용한 소비자평가

## 게시판

- 게시판을 통해 ESG 보고서에 대한 자유로운 대화 진행
- 글, 이미지 등의 첨부파일로 ESG 보고서에 대한 소비자의 생각, 의견, 경험 공유



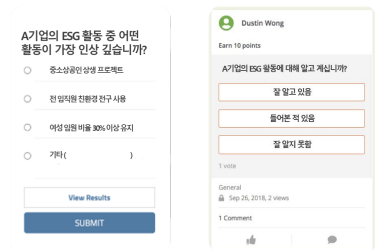
## 라이브 채팅

- 사회자 개입 아래 1차 평가를 통과한 ESG 보고서에 대한 토론 진행
- 친밀한 환경에서 ESG 활동에 관한 실시간 채팅 가능



## (Quick) Poll

- 커뮤니티 내 간단한 조사 기능의 추가를 통해 개별 기업 및 ESG활동에 대한 정량적 데이터 확보 가능



❖ 소비자평판조사 (설문조사)

# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

❖ 기업 전반에 대한 소비자인식 (또는 평가조사)는 대기업 중심의 평판 조사 성격을 벗어나기 힘든 한계

## 우리나라 주요기업의ESG순위 및 점수



# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

## 주요 산업별 전략적 ESG 경영이슈

산업 구분		ESG 구분			핵심 이슈
첨단기술, 미디어 및 통신 부문	통신, 미디어, 엔터테인먼트 산업	E	S	G	사이버 보안 및 개인 정보 보호 강화
		E	S	G	연구 개발 강화 및 제품(컨텐츠) 개발을 위한 우수 인재 확보
		E	S	G	공정한 경쟁 및 책임있는 제품 관리
	첨단기술 산업	E	S	G	공급망 환경·인권 평가 및 모니터링
		E	S	G	에너지 효율 제품 개발 및 확대
		E	S	G	제품 폐기량 감축 및 재활용 방안 확대
소비자 부문	소비재 산업	E	S	G	책임 있는 원료 조달
		E	S	G	친환경 제품 개발 및 판매 확대
		E	S	G	고객의 건강을 고려한 제품 개발
	유통 산업	E	S	G	친환경 제품 개발 및 판매 확대
		E	S	G	공급망 인권 이슈 모니터링 및 관리 강화
		E	S	G	제품 생산부터 판매, 폐기 단계 효율성, 안전성, 지속가능성 관리
		E	S	G	친환경 제품 개발 및 판매 확대
	자동차 산업	E	S	G	임직원 안전 및 건강 관리 강화
		E	S	G	공급망 환경·인권 평가 및 모니터링
		E	S	G	고객 만족도 제고 및 평판 관리
교통, 호텔, 레저 및 서비스 산업	E	S	G	기업 경영 전문성 강화	
	E	S	G	환경 영향 최소화 노력	
	E	S	G	자원 효율성 증대 프로세스 및 기술 개발	
에너지, 자원 및 산업재 부문	에너지, 화학 산업	E	S	G	공급망 관리 및 리스크 평가
		E	S	G	임직원 안전 및 건강 관리 강화
		E	S	G	친환경 자재 구매 (친환경 인증 목자재, 재활용 콘크리트 등)
	산업재 및 건설업	E	S	G	LCA 기반 친환경, 에너지 효율화 빌딩 건축, 사회·환경 리스크 관리
		E	S	G	임직원 안전 및 건강관리 강화
금융 부문	은행, 보험, 부동산업	E	S	G	지배구조 선진화 (CEO 선임 투명성, 사외이사 독립성 강화 등)
		E	S	G	투명한 고객과의 커뮤니케이션 및 개인 정보 관리
		E	S	G	금융 상품개발 및 환경·사회 리스크 평가 및 관리의 확대
생명과학 및 헬스케어 부문	제약·바이오, 병원·의료 서비스 산업	E	S	G	기후변화가 비즈니스에 미치는 영향 파악 및 관리
		E	S	G	제품을 통한 글로벌 사회문제 해결 (건강 & 웰니스 증진 등)
		E	S	G	연구 개발 강화 및 제품 개발을 위한 우수 인재 확보

출처 이준희, 한국기업들의 ESG 경영을 위한 변화 I, 딜로이트안진회계버인

# ESG 좋은 기업 소비자평가 방안

구분	부문		주요지표
I 소비자 보호상	1	고충해소부문	- 고객센터 지원 및 분쟁해결 전담조직 - 최고 관리자 직책 - 고객만족도 조사 및 만족도 - 소비자 불공정약관 협의 적발여부
	2	피해구제부문	- 소비자 피해구제 제도 - 리콜 지침 및 절차 - 의사결정권자 공시 - 리콜 실적 및 향후 제품/서비스 개선
	3	소비자상담부문	- 상담 편의성 및 만족도 제고 - 상담정보 관리 등
	4	개인정보부문	- 정보보호 및 관리 규정 - 임직원 개인정보 교육 - 개인정보 우수사례
II 소비자 안전상	5	제품안전부문	- 제도(유해성 분석, 자재 안전성 검증) - 자체 제품안전보장 제도 혹은 프로세스 - 사고예방 및 안전을 위한 정보제공 - 제품 및 서비스 정보공개
	6	어린이부문	- 어린이 소비자 친화 제품 및 서비스 개발 사례 - 어린이 소비자 친화적 정보 제공 및 표시기준 강화
	7	여성부문	- 여성 소비자를 위한 제품 및 서비스 개발 - 여성 소비자를 위한 안전정보 및 교육 제공
III 소비자 혁신상	8	신기술혁신부문	- 공유경제, 배송서비스 혁신, 플랫폼 서비스 등 새로운 비즈니스 대응
	9	제품혁신부문	- 사회환경적 이슈를 고려한 제품 및 서비스 출시 - 사회환경적 인증 획득 - 사회환경적 캠페인 진행

구분	부문		주요지표
IV 환경혁신상	10	제로웨이스트부문	- 폐기물(플라스틱 등) 감축, 수거, 교육 등 자원순환 프로그램 - 소비자 동참 캠페인
	11	지속가능한원료부문	- 지속가능한 원료 구매 및 개발
	12	재자원화부문	- 물질(소재) 및 에너지 회수 및 자원화
	13	기후변화대응부문	- 소비자 대상 탄소정보공개 및 설명책임 - 기후변화 대응 중장기 전략 - 온실가스 및 에너지목표관리 - 신재생 에너지개발 및 전환
V 좋은기업상	14	거버넌스부문	- 이사회 독립성 유지 제도 - 사외이사 제도 및 이사회 구성 적절성 - ESG 소위원회 설치 및 소비자 이슈 관리
	15	일자리창출부문	- 신규인력 채용 - 정규직 전환 비정규직 비율 - 간접 일자리 창출
	16	사회공헌부문	- 사회공헌 투자규모 - 지원정책 및 프로그램 - 영향력 평가 결과 등(사회적약자 지원, 교육지원, 산업육성, 환경보호 등) - 소비자 동참 캠페인 운영
	17	투자자보호부문	- 자율적, 비재무 정보공시 전반 - 지속가능경영 보고서 등 비재무 공시 - 투자자 이용편의 혁신
	18	CEO평판부문	- 기업 지속가능성 확보를 위한 CEO노력



# 결론 및 제언

# 결론 및 제언

- ❖ ESG경영은 지속가능성장의 경영전략의 일환으로 지난 30여년간 꾸준히 발전해 온 모델임
- ❖ 그동안 지속가능성장을 위한 기업과 소비행동의 변화노력과 시민사회 참여가 증가하여 왔으나 여전히 근본적인 패러다임전환까지 이르지못함
- ❖ ESG경영이 시대가 요구하는 새로운 패러다임으로 발전해 가기 위해서는 보다 풍부한 소비자인식제고, 참여방식에 대한 노력이 필요함
- ❖ 기업의 ESG경영 노력을 평가하고 소비자관심과 인식을 높이기 위해 소비자가 참여하는 ESG좋은기업 평가및 시상 활동을 제안함
- ❖ 기업의 ESG경영 평가는 각 기업의 부문별 개선 및 활동을 중심으로 구체적인 평가방식이 적절하며 이를 통해 소비자들도 지속가능소비행동과 소비문화로의 전환이 더욱 촉진될 수 있음.



감사합니다  
Thank you!

조윤미 상임대표

010-6205-9263 [consumer@can.or.kr](mailto:consumer@can.or.kr)

